



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN DAYA TARIK WISATA
TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DALAM BERWISATA RELIGI PADA
MASJID KUBAH MAS KOTA DEPOK**

SKRIPSI

Tri Wahyuni

1702055007

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JAKARTA
2021



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN DAYA TARIK
WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DALAM BERWISATA RELIGI
PADA MASJID KUBAH MAS KOTA DEPOK**

SKRIPSI

Tri Wahyuni

1702055007

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JAKARTA
2021

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya mengatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan berjudul “PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DALAM BERWISATA RELIGI PADA MASJID KUBAH MAS KOTA DEPOK” merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah diduplikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof Dr. HAMKA atau perguruan lainnya. Semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau menjiplak hasil orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof Dr. HAMKA.

Jakarta, 4 Agustus 2021



(Tri Wahyuni)

NIM. 1702055007

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN
DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN
WISATAWAN DALAM BERWISATA RELIGI PADA
MASJID KUBAH MAS KOTA DEPOK.

NAMA : TRI WAHYUNI
NIM : 1702055007
PROGRAM STUDI : EKONOMI ISLAM
TAHUN AKADEMIK : 2017

Skripsi ini telah disejujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi:

Pembimbing I	Dr. Yadi Nurhayadi, M.Si	
Pembimbing II	Dr. Nuryadi Wijiharjono, S.E., MM	

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammdiyah Prof Dr. HAMKA



Ummu Salma Al Azizah, S.E.I., M.Sc

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN DAYA TARIK WISATA
TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DALAM BERWISATA RELIGI PADA MASJID
KUBAH MAS KOTA DEPOK

Yang disusun oleh :

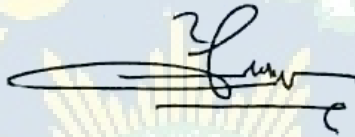
Tri Wahyuni
1702055007

Telah diperiksa dan dipertahankan didepan panitia ujian kesarjanaan strara-satu (S1) Ekonomi
Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnid Universitas Muhammadiyah Prof DR. HAMKA

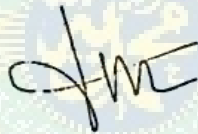
Pada tanggal : 13 Agustus 2021

Tim Penguji :

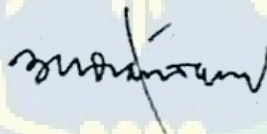
Ketua, merangkap anggota :



(Dr. Yadi Nurhayadi, M. Si)
Sektretaris, merangkap anggota :



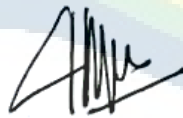
(Deni Nuryadin., S.E., M.Si)
Anggota :



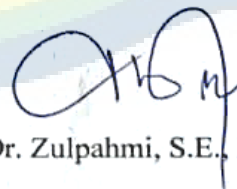
(Dr. Budiandru, S.E., Ak., ME., Sy)
Mengetahui,

Ketua Progran Studi Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof
DR.HAMKA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof
DR.HAMKA



Ummu Salma Al Azizah, S.E.I., M.Sc.



Dr. Zulpahmi, S.E., M.Si

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tri Wahyuni
NIM : 1702055007
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof Dr. Hamka
Jenis Karya : Skripsi

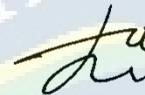
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DALAM BERWISATA RELIGI PADA MASJID KUBAH MAS KOTA DEPOK**. Dengan Hak bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalih mediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian peernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada tanggal 4 Juli 2021

Yang Menyatakan



(Tri Wahyuni)

ABSTRAK/INTISARI

Tri Wahyuni (1702055007) PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DALAM BERWISATA RELIGI PADA MASJID KUBAH MAS KOTA DEPOK.

Skripsi. Program Strata Satu Program Studi Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2021. Jakarta.

Kata Kunci: *Promosi, Kualitas Pelayanan, Daya Tarik, Kepuasan Wisatawan*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Daya Tarik terhadap kepuasan wisatawan dalam Berwisata Religi pada Masjid Kubah Mas kota Depok.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif. Populasi penelitian ini meliputi seluruh wisatawan Masjid Kubah Mas kota Depok, sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 140 Responden dengan teknik probability sampling. Metode analisis data yang digunakan regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Daya Tarik berkorelasi kuat serta berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap Kepuasan Wisatawan. Nilai *Adjusted R Square* dari penelitian ini sebesar 0,621. Hal ini menunjukkan bahwa variable independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar sebesar 62,1 %, sedangkan sisanya 37,9 % dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti seperti Harga, Bukti Fisik, Partisipan, Proses dan sebagainya.

Oleh karena itu, disarankan kepada pengelola Masjid Kubah Mas untuk meningkatkan strategi pemasaran terutama pada Kualitas pelayanan dan Daya Tarik agar wisatawan merasa nyaman dan aman serta merasa puas berada di Masjid Kubah Mas.

ABSTRACT

Tri Wahyuni (1702055007) EFFECT OF PROMOTION, QUALITY OF SERVICE, AND TOURISM ATTRACTION ON SATISFACTION OF TOURISTS IN RELIGIOUS TOURISM IN THE KUBA MAS MOSQUE, DEPOK CITY.

Thesis. Undergraduate Program in Islamic Economics Study Program. Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2021. Jakarta.

Keywords: Promotion, Service Quality, Attractiveness, Tourist Satisfaction

This study aims to determine the effect of promotion, service quality, and attractiveness on tourist satisfaction in religious tourism at the Dome Mas Mosque in Depok.

This study uses a quantitative approach. The population of this study includes all tourists from the Dome Mas Mosque in Depok, while the sample used is 140 respondents with probability sampling technique. The data analysis method used was multiple linear regression.

The results of the study show that Promotion, Service Quality, and Attractiveness are strongly correlated and have a positive and significant effect partially and simultaneously on Tourist Satisfaction. The value of Adjusted R Square from this research is 0.621. This shows that the independent variable is able to explain the dependent variable of 62.1%, while the remaining 37.9% is influenced by other factors not examined such as Price, Physical Evidence, Participants, Process and so on.

Therefore, it is suggested to the manager of the Kubah Mas Mosque to improve marketing strategies, especially on the quality of service and attractiveness so that tourists feel comfortable and safe and feel satisfied being at the Kubah Mas Mosque.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat yang telah diberikan kepada penulis baik nikmat iman, islam, panjang umur, rezeki, dan kesehatan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan dalam Berwisata Religi pada Masjid Kubah Mas Kota Depok”. Shalawat serta salam tetap terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta para keluarga dan sahabatnya semoga kelak diakhirat nanti kita mendapatkan syafaatnya dari Rasulullah SAW. Aaamiin.

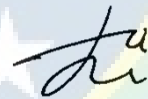
Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan membimbing penulis selama melaksanakan penelitian sampai dengan tersusunnya skripsi ini. Terima kasih Penulis ucapkan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Gunawan Suryoputro, M.Hum., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.
2. Bapak Zulpahmi, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. Bapak Sumardi, S.E., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
4. Bapak M. Nurrasyidin, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
5. Bapak Edi Setiawan, SE., MM. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
6. Ibu Ummu Salma Al Azizah, S.E.I., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
7. Bapak Dr. Yadi Nurhayadi, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu serta memberikan tenaga dan pemikirannya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Bapak Nuryadi Wijiharjono, S.E., MM., Dr selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu serta memberikan tenaga dan pemikirannya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Seluruh Bapak/Ibu dosen dan civitas Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat selama penulis berada di bangku kuliah.
10. Kedua orang tua yang penulis cintai, Ayahanda H. Tarmidi dan Ibunda Hj. Rohanah yang telah memberikan dukungan, doa dan motivasi kepada penulis selama ini.
11. Teman-teman Ekonomi Islam Angkatan 2017 yang telah menemani selama 4 tahun kuliah, suka duka kita lewati bersama dalam kelas, canda tawa yang setiap hari kita lakukan di kelas, saling menguatkan dan mendukung satu sama lain, serta saling perhatian terhadap temannya.
12. Kepada teman-teman FEB UHAMKA, serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Dalam skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis meminta maaf atas kesalahan kekuarangan tersebut. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan wawasan bagi kita semua. Aamiin. Terima Kasih
Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Jakarta, 4 Juli 2021



Tri Wahyuni
(NIM. 1702055008)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK/INTISARI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	5
1.2.1 Identifikasi Masalah	5
1.2.2 Pembatasan Masalah	6
1.2.3 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu	9
2.2 Telaah Pustaka	19
2.2.1 Bauran Pemasaran Jasa	19
2.2.2 Pemasaran Jasa	21
2.2.2.1 Promosi	21
2.2.2.2. Kualitas Pelayanan	22

2.2.2.3 <i>Daya Tarik</i>	23
2.2.3 <i>Strategi Pemasaran</i>	24
2.2.3.1 <i>Kepuasan Wisatawan</i>	25
2.2.3.2 <i>Konsep Wisata Religi</i>	26
2.3 <i>Kerangka Pemikiran Teoretis</i>	27
2.4 <i>Rumusan Hipotesis</i>	28
BAB III MOTODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 <i>Metode Penelitian</i>	31
3.2 <i>Operasionalisasi Variabel</i>	33
3.3 <i>Populasi dan Sampel</i>	33
3.3.1 <i>Populasi</i>	33
3.3.2 <i>Sampel</i>	33
3.4 <i>Teknik Pengumpulan Data</i>	34
3.4.1 <i>Tempat dan Waktu Penelitian</i>	34
3.4.2 <i>Teknik Pengumpulan Data</i>	35
3.5 <i>Teknik Pengelohan dan Analisis Data</i>	35
3.5.1 <i>Uji Kualitas Data</i>	35
3.5.1.1 <i>Uji Validitas</i>	35
3.5.1.2 <i>Uji Reliabilitas</i>	36
3.5.2 <i>Uji Asumsi Klasik</i>	37
3.5.2.1 <i>Normalitas</i>	37
3.5.2.2 <i>Autokorelasi</i>	37
3.5.2.3 <i>Multikolinearitas</i>	38
3.5.2.4 <i>Heteroskedartisitas</i>	38
3.5.3 <i>Analisis Regresi Linear Berganda</i>	39
3.5.4 <i>Uji Koefisien Korelasi</i>	40
3.5.5 <i>Uji R Square dan Adjusted R Square</i>	41
3.5.6 <i>Uji Hipotesis</i>	42
3.5.6.1 <i>Uji Parsial (Uji T)</i>	42
3.5.6.2 <i>Uji Simultan (Uji F)</i>	43

BAB IV PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1 Lokasi Penelitian	46
4.1.2 Profil Singkat Masjid Kubah Mas	46
4.2 Hasil dan Pengolahan Data dan Pembahasan	47
4.2.1 Uji Kualitas Data	47
4.2.1.1 Uji Validitas	47
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	49
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	50
4.2.2.1 Uji Normalitas	50
4.2.2.2 Uji Autokorelasi.....	50
4.2.2.3 Uji Multikolinearitas.....	51
4.2.2.4 Uji Heteroskedastisitas.....	52
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda	53
4.2.4 Uji Koefisien Korelasi.....	55
4.2.5 Uji R Square dan Adjusted R Square	55
4.2.6 Hasil Uji Hipotesis.....	56
4.2.6.1 Uji Parsial (Uji T).....	56
4.2.6.2 Uji Simultan (Uji F)	57
4.2.7 Pembahasan	58
4.2.7.1 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Wisatawan pada Masjid Kubah Mas.....	58
4.2.7.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan pada Masjid Kubah Mas.....	59
4.2.7.3 Pengaruh Daya Tarik terhadap Kepuasan Wisatawan pada Masjid Kubah Mas	60
BAB V PENUTUP.....	61
5.1. Kesimpulan	61
5.2. Saran-saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	64

SURAT TUGAS

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

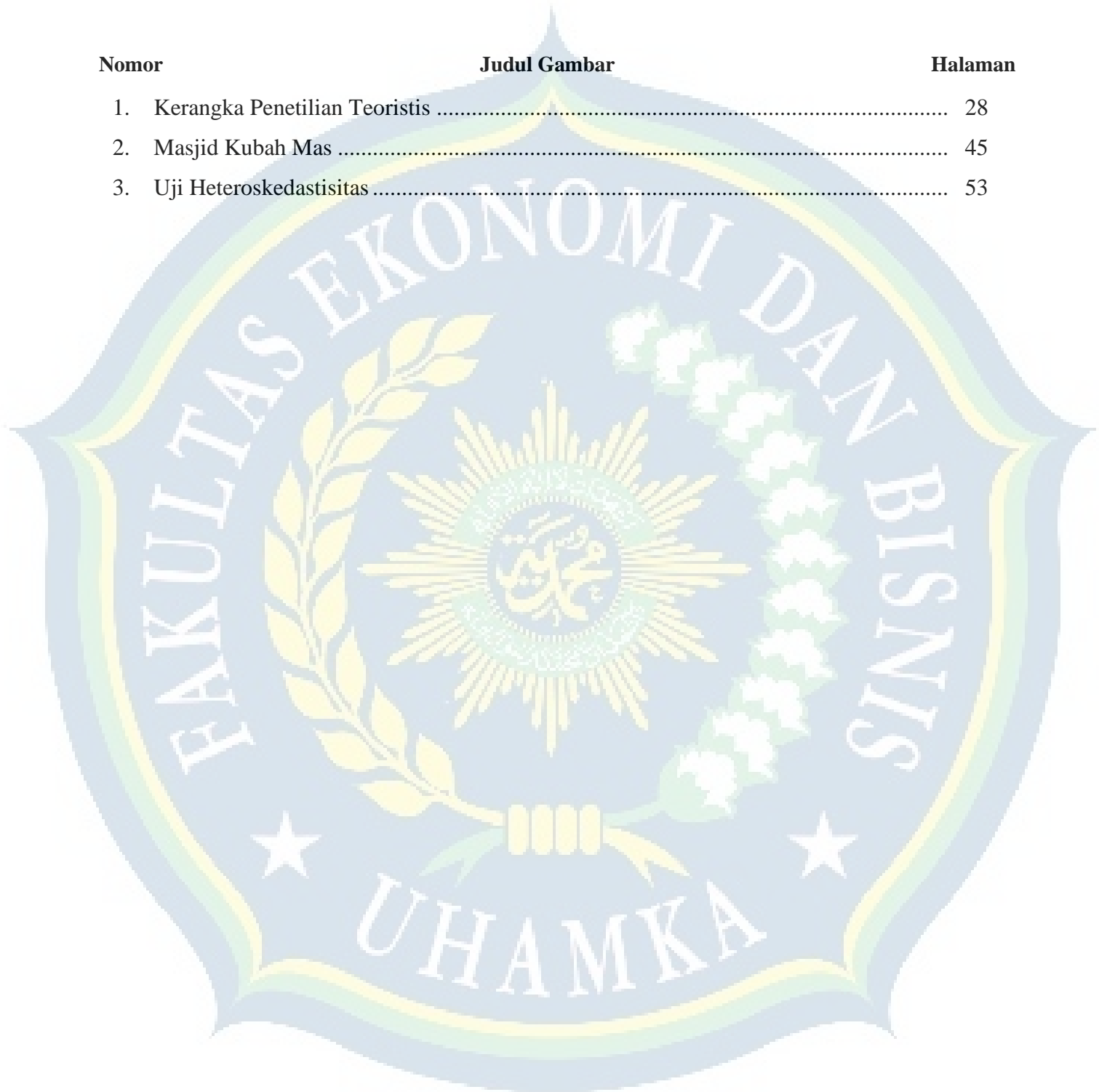


DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
1.	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Jawa Barat 2017-2019.....	2
2.	Perbandingan Penelitian Terhadulu	15
3.	Bauran Pemasaran yang diperluas untuk Jasa.....	20
4.	Operasionalisasi Variabel.....	31
5.	Penilaian terhadap Variabel Promosi, Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata dan Kepuasan.....	33
6.	Dasar Pengambilan Keputusan Durbin-Watson	38
7.	Kriteria Interpretasi Koefisien Korelasi.....	40
8.	Hasil Uji Validitas.....	48
9.	Hasil Uji Reliabelitas	49
10.	Hasil Normalitas.....	50
11.	Hasil Uji Autokorelasi.....	51
12.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
13.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
14.	Hasil Uji Korelasi Koefisien.....	55
15.	Hasil Uji Adjusted R Square.....	56
16.	Hasil Uji Parsial (Uji T).....	56
17.	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	58

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Halaman
1.	Kerangka Penelitian Teoristis	28
2.	Masjid Kubah Mas	45
3.	Uji Heteroskedastisitas	53



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul Lampiran	Halaman
1.	R-Tabel	78
2.	Tabel Durbin-Watson.....	80
3.	Tabulasi Data (40 Responden) untuk Uji Validitas	82
4.	Uji <i>Validitas</i> Promosi (X1)	85
5.	Uji <i>Validitas</i> Kualitas Pelayanan (X2).....	86
6.	Uji <i>Validitas</i> Daya Tarik Wisata(X3)	88
7.	Uji <i>Validitas</i> Kepuasan (Y).....	89
8.	Tabulasi Data (40 Responden) untuk Uji Reliabelitas.....	90
9.	Uji <i>Reliabelitas</i> Promosi (X1).....	93
10.	Uji <i>Reliabelitas</i> Kualitas Pelayanan (X2)	94
11.	Uji <i>Reliabelitas</i> Daya Tarik Wisata(X3).....	95
12.	Uji <i>Reliabelitas</i> Kepuasan (Y)	96
13.	Tabulasi Data (100 Responden)	97
14.	Uji Asumsi Klasik.....	103
15.	Hasil Uji <i>Normalitas</i>	103
16.	Hasil Uji Autokorelasi.....	103
17.	Hasil Uji <i>Multikolinearitas</i>	104
18.	Hasil Uji <i>Heteroskedastisitas</i>	105
19.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	105
20.	Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	106
21.	Hasil Adjusted R Square	106
22.	Uji Hipotesis.....	106
23.	Hasil Uji <i>Parsial</i> (Uji T)	106
24.	Hasil Uji <i>Simultan</i> (Uji T).....	107
25.	Kuesioner Penelitian	108
26.	Data Karakteristik Responden.....	113

27. Surat Tugas	119
28. Agenda Bimbingan.....	120
29. Riwayat hidup.....	122



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata merupakan suatu fenomena yang sangat menarik, meskipun juga sangat sensitif terhadap perubahan yang terjadi baik secara internal maupun eksternal yang mempengaruhi jumlah dan minat wisatawan untuk mengunjungi sebuah Wisata. Industri pariwisata juga memberikan dampak baik terhadap perekonomian, sosial, dan budaya isosialidanibudaya (Ibrahin & Rifiyan, n.d., 2015). Pariwisata mengalami perkembangan yang sangat pesat, adapun pariwisata yang sekarang sangat digemari oleh masyarakat dunia yaitu wisata religi. Begitu juga yang terjadi dengan perkembangan wisata di Indonesia, yang mulai diminati oleh wisatawan muslim. Manfaat dan keuntungan dalam kegiatan Pariwisata juga dapat dilihat dan dirasakan dari segi ekonomi, budaya, sosial dan juga lingkungan hidup (Wilopo & Hakim, 2017).

Pariwisata dalam persepsi islam diperbolehkan jika tetap dalam jangkauan aturan yang telah ditetapkan dan memiliki unsur mendekatkan diri kepada Allah SWT. Wisata religi juga akan memberikan dampak yang baik untuk pertumbuhan dan perkembangan di industri pariwisata religi khususnya di Indonesia yang mayoritas muslim. Adapun dalil tentang wisata religi dalam Surah Al-Hajj ayat 46, yang berbunyi:

أَفَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَتَكُونَ لَهُمْ قُلُوبٌ يَعْقِلُونَ بِهَا أَوْ آذَانٌ
يَسْمَعُونَ بِهَا فَإِنَّهَا لَا تَعْمَى الْأَبْصَارُ وَلَكِنْ تَعْمَى الْقُلُوبُ الَّتِي فِي
الصُّدُورِ ﴿٤٦﴾

“Maka tidak pernahkah mereka berjalan di bumi, sehingga hati (akal) mereka dapat memahami, telinga mereka dapat mendengar? Sebenarnya bukan mata itu yang buta, tetapi yang buta ialah hati yang di dalam dada”

Lalu dalam Hadist sahih tentang wisata islam dari Bukhari, no. 1132, Muslim, no. 1397, yang berbunyi:

لا تُسَدُّ الرِّجَالَ إِلَّا إِلَى ثَلَاثَةِ مَسَاجِدَ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ وَمَسْجِدِ الرَّسُولِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَمَسْجِدِ الْأَنْصَارِيِّ (رواه البخاري، رقم 1132 ومسلم، رقم 1397)

“Tidak dibolehkan melakukan perjalanan kecuali ke tiga masjid, Masjidil Haram, Masjid Rasulullah sallallahu 'alaihi wa saal dan Masjidil Aqsha.”

Dari dalil dan hadist diatas dapat disimpulkan bahwa wisata religi merupakan kegiatan yang tidak hanya bersifat menghibur saja, namun dapat memberi ketenangan dan memperkuat iman untuk mendekatkan diri kepada Allah agar selalu dalam lindungan-Nya baik di dunia maupun di akherat.

Tabel 1
Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Jawa Barat 2017-2019

Kabupaten	Wisatawan Nusantara			Jumlah		
	2019	2018	2017	2019	2018	2017
Bogor	2 670 203	4 411 967	4 411 967	2 696 467	4 411 967	5 089 825
Sukabumi	153 733	1 494 205	2 167 288	164 233	1 494 205	2 181 296
Cianjur	4 312 047	901 852	3 614 683	4 484 187	901 852	3 901 873
Bandung	2 485 755	161 000	3 385 860	2 490 261	161 000	3 964 181
Garut	2 850 534	67 897	1 650 983	2 851 809	67 897	1 655 917
Tasikmalay	1 446 329	35 700	325 507	1 449 404	35 700	326 210
Ciamis	697 782	110 997	202 364	697 817	110 997	202 364
Kuningan	358 896	338 738	197 822	358 911	338 738	198 606
Cirebon	260 342	186 776	108 463	260 357	186 776	108 463
Majalengka	699 787	23 260	200 226	701 335	23 260	200 226

Sumedang	175 945	122 419	427 132	175 945	122 419	427 484
Indramayu	1 430 035	31 632	318 239	1 430 072	31 632	318 239
Subang	1 080 895	2 482 798	176 254	1 080 895	2 482 798	180 875
Purwakarta	2 080 895	357 349	5 436 456	2 081 608	357 349	5 871 798
Karawang	9 452 760	316 471	6 390 906	9 453 886	316 471	6 390 912
Bekasi	11 679	2 043 000	49 740	11 682	2 043 000	49 740
Bandung Barat	5 339 819	121 788	1 405 920	5 440 158	121 788	1 886 451
Pangandaran	3 215 063	3 578	2 528 273	3 227 296	3 578	2 536 962
Kota Bogor	3 749 069	8 325	5 875 274	3 956 432	8 325	5 889 944
Kota Sukabumi	-	200 445	115 750	-	200 445	119 316
Kota Bandung	2 442 250	5 864 721	1 431 290	2 442 250	5 864 721	1 863 561
Kota Cirebon	996 345	214 340	1 422 458	997 370	214 340	1 423 952
Kota Bekasi	-	908 450	-	15	908 450	-
Kota Depok	599	34 687	32 000	1 275	34 687	32 000
Kota Cimahi	15 460	4 194	1 372	15 875	4 194	1 723
Kota Tasikmalaya	695 656	228 573	359 174	695 678	228 573	359 199
Kota Banjar	107 228	38 007	35 137	107 260	38 007	35 137
Provinsi Jawa Barat	46 729 106	20 713 169	42 270 538	47 272 478	20 713 169	45 216 254

Source Url: <https://jabar.bps.go.id/indicator/16/220/1/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-objek-wisata.html>

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa ada peningkatan kunjungan wisatawan pada tahun 2017-2018, lalu mengalami penurunan di tahun 2019. Maka hal ini perlu dikelola untuk mempersiapkan strategi yang baik untuk kedepannya agar dapat mengalami peningkatan kunjungan wisatawan. Meningkatnya kunjungan wisatawan akan memberikan respon yang baik dari masyarakat dan sector lainnya.

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki destinasi pariwisata dari berbagai Daya Tarik, seperti pariwisata alam, budaya, maupun religi. Kota Depok merupakan salah satu daerah yang terdapat banyak potensi wisata religi. Masjid Kubah Mas merupakan wisata religi yang memiliki Daya Tarik yang kuat karena tempatnya yang megah dan indah. Indah karena terdapat serbuk emas yang terpasang pada mahkota pilar, gold plating yang ada di lampu gantung, pagar mezanin, ornament kaligrafi kalimat tasbih, dan pucuk langit-langit kubah, sedang kubah

utama dan kubah menara menggunakan teknik gold solid. Keindahnya mampu mengantarkan perasaan, menggetarkan jiwa, menggenapkan niat untuk meningkatkan keimanan dan ketaqwaan, serta mampu mengingatkan kebasarkan Tuhan.

Untuk mencapai keberhasilan target dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dan memberikan rasa kepuasan dalam berwisata, maka diperlukan strategi pemasaran. Promosi merupakan sebuah informasi atau berita yang dilakukan agar seseorang atau organisasi dapat tertarik dari apa yang dipromosikannya (Sugawara & Nikaido, 2014). Dari kegiatan promosi diharapkan masyarakat tertarik dan melakukan kunjungan kepada objek tersebut.

Selain promosi, terdapat kualitas pelayanan dalam memberi kepuasan wisatawan. Jika kualitas pelayanan yang diberikan baik, maka akan memberikan kepuasan dan manfaat bagi pengguna pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan tinggat layanan yang diberikan terkait dengan harapan dan keinginan pengguna (Maulana, 2016).

Dalam memikat wisatawan agar tertarik untuk melakukan kunjungan diperlukan daya Tarik dari objek tersebut. Daya Tarik membantu untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk digunakan, dengan begitu dapat memenuhi keinginan dan harapan wisatawan serta rasa kepuasan dalam berwisata. Kepuasan wisatawan merupakan keberhasilan dari suatu objek, dikarenakan apabila wisatawan merakan puas dengan segala yang ditawarkan dan diberikan, maka wisatawan tersebut akan melakukan kunjungan ulang atau akan memberikan informasi atau berita kepada orang lain perihal pengalamannya.

Berdasarkan Uraian di atas, Sandiaga Salahuddin Uno sebagai Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah mengatur beberapa strategi untuk memajukan pariwisata Indonesia di tengah pandemic Corid-19. Adapun strategi itu adalah Inovasi, dan Adaptasi. Inovasi dilakukan

untuk memetakan segi potensi atau kekuatan wisata tersebut, bukan hanya bertahan namun bisa berkembang. Cara ini dapat menarik wisatawan sebagai target. Lalu strategi Adaptasi yaitu mengharuskan destinasi wisata menerapkan standar protokol kesehatan *Cleanlibess, Health, Safety, and Environment Sustain bility* (CHSE). Hal ini dilakukan agar destinasi wisata dapat beradaptasi di tengah wabah. Pemerintah berhadapan di tahun 2020-2021 sektor wisata dapat bangkit kembali dengan menumbuhkan kepercayaan kepada masyarakat agar dapat merasa nyaman dan aman dalam melakukan perjalanan wisata.

Jadi, terdapat beberapa macam factor untuk mengetahui tingkat keputusan wisatawan. Masing-masing memiliki pengaruh yang berbeda-beda, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Daya Tarik. Maka sebab itu peneliti tertarik untuk mencari tahu, seberapa besar pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Daya Tarik Wisata terhadap kepuasan wisatawan. Dengan demikian, peneliti ini mengambil judul **“Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan dalam Berwisata Religi pada Masjid Kubah Mas Kota Depok”**.

1.2. Permasalahan

1.2.1. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa masalah yang dipengaruhi oleh kepuasan wisatawan.

1. Apakah Promosi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan Masjid Kubah Mas Kota Depok?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan Masjid Kubah Mas Kota Depok?

3. Apakah Daya Tarik Wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan Masjid Kubah Mas Kota Depok?
4. Apakah Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Daya Tarik Wisata berpengaruh terhadap Kepuasan wisatawan Masjid Kubah Mas Kota Depok secara bersamaan?

1.2.2. Batasan Masalah

Sebuah penelitian memerlukan pembatasan agar pembahasan penelitian tersebut tidak meluas dan lebih terarah. Maka, dalam Penelitian ini peneliti membatasi masalah dengan:

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel dari kuesioner yang di berikan kepada pengunjung wisata Masjid Kubah Mas kota Depok.
2. Variabel independen yang akan diteliti didalam penelitian ini adalah Promosi, Kualitas Pelayanan dan Daya Tarik Wisata dengan variabel dependen Kepuasan Wisatawan.
3. Penelitian ini dilakukan pada November 2020 hingga Maret 2021

1.2.3. Rumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Bagaimana Promosi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan Masjid Kubah Mas kota Depok?
2. Bagaimana Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan Masjid Kubah Mas kota Depok?
3. Bagaimana Daya Tarik Wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan Masjid Kubah Mas kota Depok?
4. Bagaimana Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Daya Tarik Wisata berpengaruh terhadap Kepuasan wisatawan Masjid Kubah Mas kota Depok secara bersamaan?

1.3. Tujuan Masalah

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui sebesar pengaruh Promosi terhadap kepuasan wisatawan Masjid Kubah Mas kota Depok.
2. Untuk mengetahui sebesar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan wisatawan Masjid Kubah Mas kota Depok.
3. Untuk mengetahui sebesar pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap kepuasan wisatawan Masjid Kubah Mas kota Depok.
4. Untuk mengetahui sebesar pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan wisatawan Masjid Kubah Mas kota Depok

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

a. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, pengetahuan dan wawasan untuk penelitian selanjutnya yang akan mengambil variabel Promosi, Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata dan Kepuasan Wisatawan.

b. Aspek Praktis

1) Pihak Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan sumber ilmu pengetahuan di bidang Ekonomi Islam, khususnya bagi akademis yang tertarik untuk meneliti berkaitan dengan pengaruh strategi pemasaran islam dan kepuasan wisatawan.

2) Pihak Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sarana untuk memberikan penilaian bagi lokawisata dalam menentukan strategi pemasaran dalam hal meningkatkan kepuasan wisatawan terhadap Wisata Religi



DAFTAR PUSTAKA

- Afriyani, N., & Dr. Endang Ruswanti, SE., M. (2017). Citra wisata sebagai mediasi kepuasan wisatawan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 13(1), 55–70.
- Alvianna, S. (2017). Analisis Pengaruh Harga, Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Wisata Air Wendit Kabupaten Malang. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 2(1). <https://doi.org/10.26905/jpp.v2i1.1263>
- Ambarwati, M., Sunarti, & Mawardi, M. K. (2015). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Mahasiswa yang Menggunakan Notebook Asus di Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 25(1).
- Aminah, S. (2018). Tinjauan Islam Terhadap Konsep dan Strategi Promosi Perusahaan Provider Telekomunikasi di Makasar. *skripsi*. Makasar: Universitas Islam Negeri Alauddin
- Amirullah. (2015). POPULASI DAN SAMPEL (pemahaman, jenis dan teknik). *Wood Science and Technology*, 16(4), 293–303. <https://doi.org/10.1007/BF00353157>
- Anistiari, P. (2019). Analisis Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan, dan Keahlian Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Empiris Perusahaan E-Commerce Shopee). *Ayan*, 8(5), 55.
- Apriyani, D. A., & Sunarti. (2017). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo)* Dwi. *Jurnal Manajemen*, 51(2), 1–7.
- Apriyono, A., & Taman, A. (2018). Analisis overreaction pada harga saham perusahaan manufaktur di bursa efek indonesia. *Jurnal Manajemen*, 9(1), 31. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v9i1.2473>
- Ayunita, D. (2018). Modul Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23. file:///C:/Users/WINDOWS_10/Downloads/Modul3ValiditasReliabilitas-DianAyunita.pdf<https://jurnal.uin-ntasari.ac.id/index.php/jtik/article/download/2100/1544>
- Djakfar, D. H. M. (2017). Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi. *UIN-Maliki Press*, 238. [http://files/293/Djakfar and Press - Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi.pdf](http://files/293/Djakfar%20and%20Press%20-%20Pariwisata%20Halal%20Perspektif%20Multidimensi.pdf)
- Dorajat. (2021). Analisa Pengaruh Day Tarik Wosata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen*, 3(1), 23–37.
- Fauzi, A., Sarlo, K., Kenny, K., Hutagaol, J., & Samvara, M. A. (2019). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pembelian Tiket Pesawat Garuda pada PT. Hamsa Tour and Travel. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 278–391. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.112>
- Harlyana, ledhyane ika. (2012). Paparan Uji Hipotesis Statistik. *University of Brawijaya, Mam* 4137, 1–12.

- Hendrayana, A. S., & Imas Maesaroh. (2012). *Analisis kinerja strategi pasar dan bauran pemasaran terhadap keputusan mengunjungi objek wisata di kabupaten kuningan*. 86–99.
- Hermawan, H. (2019). *Riset Hospitalitas Metode Kuantitatif untuk Riset Bidang Kepariwisata*. Open Scienc Framework. <https://doi.org/10.31227/osf.io/fcnzh>
- I Made Yuliara. (2016). Regresi linier berganda 1. *Journal Article*, 1–6. <http://www.mendeley.com/research/regresi-linier-berganda-1>
- Ibrahim, M., & Rifiyan, A. M. (n.d.). *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Wisatawan untuk Berkunjung ke Objek Wisata Istana Siak Sri Indrapura Kabupaten Siak Provinsi Riau*. P. 1–15.
- Kalebos, F. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daerah Wisata Kepulauan Fatmawati. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajem*, 4, 489–502.
- Lisma, N., Yonaldi, S., & Zulbahri, L. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata Syariah Di Sumatera Barat*. *jurnal manajemen dan kewirausahaan*, 8, 1–15. <https://doi.org/10.31227/osf.io/5nkhg>
- M. Yunus S, Amri, & Erwin. (2019). Pengaruh strategi promosi, daya tarik wisata, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung yang berdampak kepada kepuasan wisatawan di kota pangkalpinang. *Ekonomi Dan Manajemen STIE Pertiba Pangkalpinang*, 5(1), 160–179. <http://www.stiepertiba.ac.id/ojs/index.php/jem/>
- Ma'rifatun, S. (2018). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Ulang dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengunjung Pantai Suwuk). *Director*, 15(40), 6–13.
- Maimunah, S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. *IQTISHADEquity*, 1(2), 57–68.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Volume*, 7(2), 113–125.
- Mega Puriani, D. A. P., Suardana, I. W., & Leli Kusuma Dewi, L. G. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Dalam Memilih Taksi Blue Bird Di Bali. *Jurnal IPTA*, 5(1), 13. <https://doi.org/10.24843/ipta.2017.v05.i01.p04>
- Mokosolang, C., Prang, J., & Mananohas, M. (2015). Analisis Heteroskedastisitas Pada Data Cross Section dengan White Heteroscedasticity Test dan Weighted Least Squares. *D'CARTESIAN*, 4(2), 172. <https://doi.org/10.35799/dc.4.2.2015.9056>
- Mubarok, N. (2017). Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. *I-Economics*, 3(1), 73–92.
- Nanicova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro. *Agora*, 7(2).
- Natasja Hosang, Tumbel, A., & Moniharapon, S. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Kasus Pada Rumah Sakit Siloam Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 159–171.

- Octafian, R., & Palupiningtyas, D. (2019). Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan (Studi Kasus Water Blaster Semarang). *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 5(2), 20–23. <https://doi.org/10.35906/jm001.v5i2.362>
- Oroh, S., Mananeke, L., & Sangkaeng, S. (2015). Pengaruh Citra, Promosi dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 1089–1100. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i3.10113>
- Porwaningtyas & Aida Dwi. (2009). *Strategi Buy on Rumors Sell on News dan Dampaknya Terhadap Investor Bursa Efek Indonesia di Surabaya*. 18–43.
- Putri, M. E., Nawangsih, N., & Darmawan, K. (2020). Pengaruh Promosi Dan Komponen Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 3(1), 67–73.
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1404>
- Ramadhany, F., & Ridlwan, A. A. (2018). Implikasi Pariwisata Syariah Terhadap Peningkatan Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat. *Muslim Heritage*, 3(1), 157. <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v3i1.1303>
- Rosyidah, E., Sunarti, A., & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 51(2)*, 16–21.
- Rusman, K. (2015). Peranan Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Produk PT. POKPHAN Luwuk Sulawesi Tengah. *E-Journal*, 4(5), 3.
- Safitasari, C., Maftukhah, I., & Artikel, I. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan melalui Keputusan Pengunjung. *Management Analysis Journal*, 6(3), 310–319. <https://doi.org/10.15294/maj.v6i3.17500>
- Samsu. (2017). Metode penelitian: teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development. jambi. *Diterbitkan oleh: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA)*.
- Setiawan, I. (2015). Identifikasi Potensi Wisata Beserta 4a (Attraction, Amenity, Accessibility, Ancilliary) Di Dusun Sumber Wangi, Desa Pemuteran, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng, 1–21. <https://repositori.unud.ac.id/protected/storage/upload/penelitianSimdos/f3e2c92782684ae4ee371072d490ae74.pdf>
- Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(1), 15. <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i1.6465>

- Sugawara, E., & Nikaido, H. (2014a). Properties of AdeABC and AdeIJK efflux systems of *Acinetobacter baumannii* compared with those of the AcrAB-TolC system of *Escherichia coli*. *Antimicrobial Agents and Chemotherapy*, 58(12), 7250–7257. <https://doi.org/10.1128/AAC.03728-14>
- Sugawara, E., & Nikaido, H. (2014b). Strategi Pemasaran Pariwisata dalam Rangka Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. *Antimicrobial Agents and Chemotherapy*, 58(12), 7250–7257. <https://doi.org/10.1128/AAC.03728-14>
- Sukma, N. R. (2019). *ANALISIS MARKETING MIX PADA PERPUSTAKAAN C2O SURABAYA (Studi Deskriptif Tentang Variabel-variabel Product, Price, Promotion, Place dilihat dari Sudut Pandang Pengguna Perpustakaan C2O Surabaya)*.
- Sulistyaningsih, A., & Rakhmawati, E. (2017). Analisis Kesalahan Siswa Menurut Kastolan Dalam Pemecahan Masalah Matematika. *Seminar Matematika Dan Pendidikan Matematika Uny*, 19(2), 123–130.
- Supardi. (1993). Populasi dan Sampel Penelitian. *Unisia*, 13(17), 100–108. <https://doi.org/10.20885/unisia.vol13.iss17.art13>
- Wilopo, K. K., & Hakim, L. (2017). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Budaya (Studi Kasus pada Kawasan Situs Trowulan sebagai Pariwisata Budaya Unggulan di Kabupaten Mojokerto). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 42(1), 58.
- Wohon, S. C., Hatidja, D., & Nainggolan, N. (2017). Penentuan Model Regresi Terbaik Dengan Menggunakan Metode Stepwise (Studi Kasus : Impor Beras Di Sulawesi Utara) Determining the Best Regression Model Using Stepwise Method (Case Study : Rice Imports in North Sulawesi). *Jurnal Ilmiah Sains*, 17(2), 81.
- Yulyana, R., Hidayat, A. R., & Tresnati, R. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Islami (Islamic Marketing Mix) terhadap Peningkatan Jumlah Muzakki pada RZ Kantor Cabang Bandung Antapani (Studi Survey pada Muzakki Kecamatan Antapani). *Jurnal Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 2(2), 725–731.